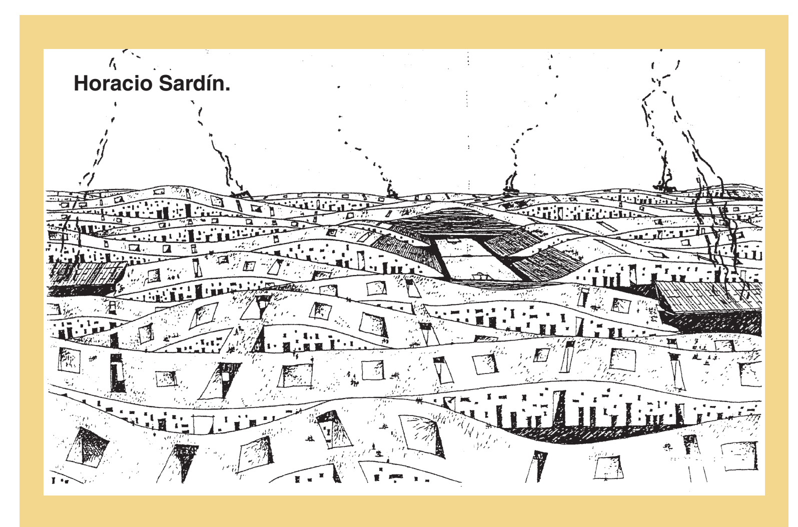


# m²

SUPLEMENTO DE ESTILO
Y DECORACION DE PAGINA/12.
SABADO 17 DE ABRIL DE 2004.
AÑO 6. Nº 263.

# productos

una charla con Eduardo Naso para resolver el misterio de cómo un diseño pasa del tablero al salón de ventas



Horacio Sardín.

# 3 arquitectos que dibujan

**POR MATIAS GIGLI**

En la torre de agua del Marq se exponen –uno en cada piso– los dibujos, escritos y libros de tres arquitectos: Horacio Sardín, Cacho Soler y Alberto Bellucci. Cada uno en su estilo representan posiciones diversas de ver la arquitectura y el mundo.

Cacho Soler es un verdadero intérprete, que con gran maestría logra volcar al papel lo que muchos arquitectos piensan sólo en planta. Cuando llega el momento de materializar ideas e imágenes, ahí está desde hace treinta años poniendo fuerza en el dibujo. Su piso en el Marq lo representa perfectamente: es un abarrotamiento de dibujos, una muestra de largo aliento, de fuerza y entusiasmo en nuevos proyectos. Hay trabajos de su época de estudiante, en los que se encontró mezclado entre los grandes cuando todavía era un pibe, y de su primera época como arquitecto independiente, que lo encontraba en plenitud en cada concurso. Grandes perspectivas como las del Centro Cívico de Olavarría, el edificio para el Banco Hipotecario Nacional en Mar del Plata o el Centro Nacional Patagónico marcaron la década del setenta. Ya en ésta década, el edificio Daimler-Chrysler en una espléndida perspectiva en blanco y negro.

Alberto Bellucci es otra cosa: sobre una realidad se permite detenerse y pensar. Sus dibujos lo ayudan a entender realidades ya materializadas. De esa manera volcó en el papel viajes y vivencias de ciudades, geografías y arquitecturas. En su libro *Dibujando Argentina*, de reciente edición, recorre con su mirada todo un país. En la muestra exhibe las notas de viaje que se dio el tiempo y la perseverancia de materializar como apuntes de quien viaja para aprehender diferentes realidades y culturas: Córdoba, Tucumán, Buenos Aires, los glaciares en Santa Cruz.

Cacho Soler.

Horacio Sardín presenta en la muestra su libro *Homo urbanicus-Homo naturalis*. El libro ronda la palabra anarquía. Desde el prólogo, Miguel Angel Roca dirige unas líneas y las titula "Elogio de la utopía" y lo entiende como propietario de un mundo utópico no como el no-lugar latino (outopos) sino como el buen lugar griego (eutopos), construyendo un orden de lo deseable y soñable. Tal vez por esa razón, la de no conformarse con lo que es dado, sino por otro camino distinto sea la explicación de por qué Horacio eligió el sótano del Marq para mostrar sus escritos y sus dibujos.

Esta situación de vivir en la utopía que enmarca el horizonte de Sardín lo diferencia de Soler –visionario de una nueva realidad palpable– y de Bellucci –incansable admirador de lo ya hecho–. Tres arquitectos que miran al mundo de tres maneras diversas. ■



Alberto Bellucci.







# El eje en la producción

Eduardo Naso es un referente del diseño industrial que hace años puso el énfasis en ese misterio que hace que la idea se transforme en un producto en serie, a la venta.

**POR LUJAN CAMBARIERE**

Eduardo Naso es un referente del diseño argentino: presidente de la Asociación de Diseñadores Industriales desde 1998, Premio Konex 2002, diploma al mérito en DI, profesor titular en Bellas Artes de la UNLP y en la carrera de posgrado de Diseño de Mobiliario de la UBA. Pero además es un tipo diestro en cuestiones de producción, el lado de la actividad que menos se discute.

Después de una larga trayectoria en empresas de mobiliario como Eugenio Diez y Buró, al independizarse sumó a su tarea proyectual la fabricación de sus piezas. Objetos, muebles, sistemas de equipamiento y exhibidores para importantes firmas comerciales como Cucina Bella, Alpargatas y Repsol-YPF. Productos como la silla 400 para Buró –una pieza de altísima producción y sumamente copiada– y otros como el buzón de Correo Argentino, con el que convivimos a diario desde el Sur a La Quiaca.

Un tipo que tuvo la suerte, según él, de empezar a trabajar cuando era estudiante. Hacer lo que él entiende como la "residencia" de diseño que es el trabajo dentro de una empresa y capitalizarlo convirtiéndose en un especialista en lo que podríamos llamar la trastienda del diseño.

**–¿Hay diseño más allá de los eventos?**

–La realidad es que hay dos aspectos distintos. Está el gran boom que es el ochenta por ciento del diseño que se ve, y un veinte que es el diseño real, oculto y de alta producción. Hoy es mayor la vidriera de lo que pasa realmente en las empresas. Muchas veces me pregunto, cuando voy a una exposición, cuántos de esos productos se producen realmente en serie.

**–¿Esto a qué se debe?**

–A que hoy el diseño esta más sustentado por los diseñadores que por las empresas. No hay una demanda de las empresas. Es al revés. Los diseñadores tratan de hacer sus productos, mostrarse en las vidrieras de las exposiciones y poder venderlos y llegar a producirlos. Todo sirve. Pero es más genuino cuando el industrial busca al diseño.

**–Sin repetir y sin soplar: nómbreme tres empresas que contratan diseño.**

–Es difícil ¿no? Creo que Fontenla, sobre todo porque el año pasado invitó a varios diseñadores a participar con algunos productos en sus líneas. También hay que resaltar lo que hizo Santorini con su concurso, que premia contratando y produciendo diseño.

**–¿Es difícil producir en nuestro país?**

–No necesariamente. Nosotros ahora estamos trabajando para la firma Lacoste Internacional. En la última exportación que hicimos mandamos a México once toneladas de muebles, hechos en la Argentina con nivel internacional. Y eso no tuvo que ver sólo con un aporte de producción sino también con un asesoramiento en desarrollo de producto. Para mejorar el precio empezamos por optimizarlo. Gracias a un trabajo casi de reingeniería redujimos costos que nos hicieron sumamente competitivos más allá de la coyuntura cambiaria.

**–¿Por qué al empresariado le cuesta contratar a un diseñador?**

–A lo mejor los empresarios argentinos están con demasiadas preocupaciones coyunturales. Sobre todo problemas financieros, que les imposibilitan programar a mediano plazo como puede ser un proyecto que incluya al diseño. A mí me ha pasado siendo diseñador y después convirtiéndome en productor, que dedico más tiempo a temas financieros para poder sobrevivir. Por otra parte, algunos suelen interpretar al diseño como un gasto y no como una inversión. Al fin y al cabo, si hasta hoy estuvieron viviendo sin diseño y siguen vendiendo, para qué cambiar. No se dan cuenta de que el incorporar diseño puede ser la herramienta adecuada para despegarse de sus competidores. Que hoy el diseño es el elemento para distinguirse y sacar réditos económicos. Y el tercer punto es que sigue habiendo un desconocimiento de la actividad real del diseñador. Suponen que es un creativo que tiene ideas locas y no analizan que, por lo menos acá en la Argentina, son profesionales que ayudan a desarrollar un producto, a manejar el precio y mejorarlo. En Italia, el diseñador es un creativo que después delega en el departamento técnico el desarrollo del producto. Acá, desde la docencia los preparamos para que puedan resolver técnicamente un producto, manejar los costos, racionalizar el uso de materiales.

**–¿Cuáles son las mayores dificultades a la hora de producir?**

–Los argentinos tenemos la habilidad de mantener un diseño de vanguardia internacional con los recursos que tenemos. Ves productos italianos de equipamiento de oficinas y no podés creer los lujos que se dan. Eso me fascina, pero no lo puedo hacer. A lo mejor puedo hacer dos o tres matrices, entonces las pongo a la altura de los ojos. Si hago una pieza inyectada y me gasto tanta plata, la justifico y mucho. Eso empieza a generar un estilo de diseño. Y esto es lo que tiene más que ver con la famosa identidad de la que tanto se habla. Lo que nos distingue: una estrategia, una mecánica, un método común.

**–¿Hay materiales prohibidos por falta de tecnología o por el costo?**

–Sí. Ciertos aluminios que se ven en Milán acá serían prohibitivos. Pero tenemos otras cosas y eso no hace que baje la calidad de diseño. El rebusque local es interesante. Hoy hay colegas que producen lectores electrónicos para laboratorios mediante carcasas plásticas termoformadas que parecen y funcionan como piezas inyectadas. Es maravilloso.

**–¿Con qué se compite en tren de exportar?**

–Yo soy jurado en Movesul, feria y concurso que se realiza al sur de Brasil. Allí hay empresas de altísima producción de 20.000 m2 que producen entre 1000 a 2000 productos por día. Con esa velocidad y tecnología no podemos competir. Pero cuando vamos a muebles de más baja producción y más artesanales, estamos a la par o casi mejoramos el precio y calidad. Y si nos vamos a muebles más exclusivos, sin dudas los superamos.

**–¿Qué es esto de cambiar el concepto de lo "importado" por lo "exportable" del que usted habla?**

–Lo puedo explicar mediante ejemplos. Nosotros cuando hacíamos folletos en Buró los redactábamos en castellano y en inglés, y no sólo por la utilidad sino también porque quedaba como en una nebulosa si eran productos nacionales o importados. Este es un problema social. Acá, el consumidor quiere parecerse a otra sociedad, entonces una manera de parecerse es tener y consumir lo que ellos consumen. Mucho del tener productos importados tiene que ver con esto. Pero con lo exportable pasa lo mismo. Si yo tengo productos nacionales pero ésos se consumen en el exterior y ellos los tienen, yo también los voy a querer tener. Pero a esos productos no los tomo teniéndolos al lado mío. Sino que hice que esos productos viajaran conceptualmente 15.000 km, volvieran y ahí recién los incorporo. Como el tango al que muchos valoran después del auge internacional.

**–¿Podemos hablar de un diseño al sur del mundo?**

–Cuando hablamos de identidad hay que tener cuidado de no confundirnos con folklore. Pero hay una manera de que eso también sea diseño genuino. Si planificás un diseño de exportación donde te proponés ofrecerle al mundo algo distinto de lo que tienen, podés apostar a lo artesanal o al cuero. A partir de ahí puede aparecer un diseño premeditado para exportar y, con el tiempo, quién te dice, una identidad.

**–Es jurado en numerosos concursos: ¿ha descubierto alguna perlita?**

–Hoy se da algo que puede compararse a lo que se da en la música. Antes aparecían conjuntos con un gran repertorio y hoy se hacen conocidos los temas y después el cantante. En el diseño está pasando lo mismo. Veo muchos diseños buenos, pero que es difícil encontrar al diseñador que consecutivamente haga buenos diseños.

**–¿Se puede vivir del diseño?**

–Es difícil la pregunta o la respuesta. Yo siempre viví del diseño o de algo que se le parece porque en épocas duras viví del desarrollo de productos. Lo que sí es cierto que en determinado momento tuve que incorporar la producción para tener un beneficio económico mayor. ■

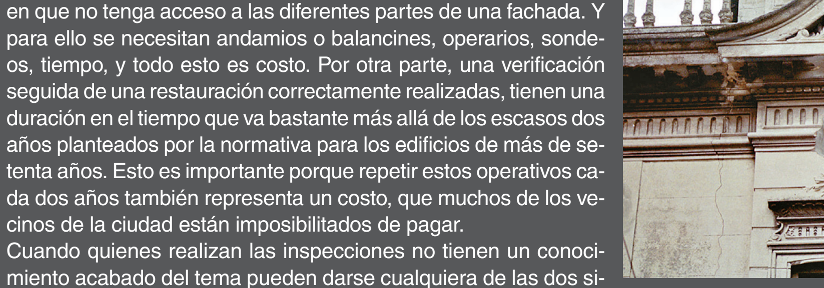
## Los daños colaterales de la ley 257

**POR MARCELO L. MAGADAN***

Hace poco, la prensa se ocupó de la muerte de una mujer alcanzada por un trozo de mampostería desprendida del tercer piso de la fachada de Independencia 1111. A lo irracional de esta muerte se suma el absurdo de las circunstancias, ya que, según informó el gobierno porteño, el edificio había cumplido con la inspección exigida por la ley 257 de seguridad de frentes y balcones. El certificado, emitido un año atrás y válido hasta febrero del 2005, daba cuenta de que el frente en cuestión estaba en buen estado de conservación. En consecuencia, el profesional interviniente obviaba toda recomendación de mantenimiento. Es más, se habló de "un edificio bien mantenido". Un par de años atrás, el símil piedra de esa fachada había sido "puesto en valor" mediante la consabida mano de pintura, muy probablemente sin haber realizado previamente una consolidación de sus partes y elementos.

Dato curioso. El mismo día del lamentable accidente, a poco más de dos cuadras de allí, en Carlos Calvo 1157, algunos obreros se dedicaban a demoler la decoración aplicada en el frente de un centenario edificio de dos plantas.

Ambas cuestiones podrían calificarse de efectos colaterales de la ley 257, una norma legal que en la práctica no pudo superar las contradicciones con las que fue propuesta, debatida, votada y promulgada, y que no contempla el problema de la seguridad y la conservación con la complejidad y magnitud que posee. Desde antes de la promulgación se sabía que una inspección ocular era insuficiente para evaluar la situación de una pieza decorativa ubicada a 15, 20 o más metros del observador, o para conocer el estado de ciertos elementos estructurales ocultos, como los perfiles de hierro de cornisas y balcones.





En este contexto, para un profesional que conozca de la problemática se hace difícil plantear una opinión ajustada en la medida en que no tenga acceso a las diferentes partes de una fachada. Y para ello se necesitan andamios o balancines, operarios, sondeos, tiempo, y todo esto es costo. Por otra parte, una verificación seguida de una restauración correctamente realizadas, tienen una duración en el tiempo que va bastante más allá de los escasos dos años planteados por la normativa para los edificios de más de setenta años. Esto es importante porque repetir estos operativos cada dos años también representa un costo, que muchos de los vecinos de la ciudad están imposibilitados de pagar.

Cuando quienes realizan las inspecciones no tienen un conocimiento acabado del tema pueden darse cualquiera de las dos situaciones que aquí estamos comentando: o damos por bueno aquello que no lo está o decimos "muerto el perro se acabó la rabia" y demolemos por las dudas. Las fallas están en una ley que trató de dar respuesta a una necesidad real, pero empujada por las prisas de la política. Tal vez ahora que otros hechos lamentables nos llaman a la reflexión, autoridades y profesionales –y los organismos que nos representan– podamos reabrir el debate. Y encontrar así el justo equilibrio en temas tan sensibles y complejos, como el de la seguridad de las personas y la salvaguardia del patrimonio urbano.

** Arquitecto. Experto en Restauración Arquitectónica.*

## NASO ILUSTRADO

**Su mejor diseño:** "Valoro los que tienen que ver con una deuda pendiente mía que es el tema del arte, de la escultura. De ahí nacen mis Donnas, piezas de un riguroso tratamiento geométrico en una piedra sintética que yo mismo fabrico pero que da vida a piezas sumamente sensuales. Siempre trato de conceptualizar los productos, de darles un alma. Contar esa historia que siempre hay detrás de su concepción".

**Una preocupación:** "La cantidad de material que se usa en los productos. Mi pregunta es cómo sería el mundo si los productos pesaran la mitad".

**Una herramienta:** "Un buen programa. Una estructura en la que me monto para hacer cualquier diseño y donde estudio a priori los requerimientos, cosas objetivas y subjetivas, que quiero que estén en esa pieza. Esa es la única manera de diseñar".

**Un golazo:** "La línea Bus que creé en el '84 para Buró. Pocos creían en ella, e hizo furor. Soy fanático de los sistemas de muchos componentes. En ese entonces percibimos que se venían los paneles más horizontales que verticales y los muebles metálicos, la reivindicación de la chapa, e hicimos una línea muy original, sin ferretería (enganches a la vista) y tapizada por dentro. Privilegiamos, como hace la carrocería, un segundo confort interior. Hicimos los prototipos y los pusimos en el showroom. La varita mágica de un asesor en mobiliario del New York Bank que llegó de Estados Unidos los elige para todo su equipamiento y a partir de ahí a todo el mundo le pareció fantástica".

# CAL Y ARENA

**Jóvenes españoles**
Este jueves se inauguró la muestra Proyecta, Diseño Español, Una Nueva Generación, en el Centro Cultural Recoleta. Curada por Marcelo Leslabay, la exhibición reúne obras de diseñadores y estudios jóvenes, como Isidro Ferrer, Héctor Serrano, Ipsum Planet, Niall O'Flynn, Bis, Alvaro Rey, Alberto Martínez, Andreu Balius/Typerware, Luzifer, Miriam Ocariz y Vasava Artworks. La muestra abarca diseño gráfico, industrial, de moda y digital, estará abierta hasta el 9 de mayo, de martes a domingo.

**El show de Fontenla**
El próximo jueves la fábrica de mobiliario Fontenla prepara el evento Arte Mobiliario Argentino, con entrada libre para estudiantes. La exhibición, que se realiza de 12 a 19 en el Palacio San Miguel, de Suipacha y Bartolomé Mitre, es la segunda que organiza Fontenla. Siguiendo su meta de lograr un "estilo argentino" en mobiliario, la firma preparó diez ambientes con piezas especialmente diseñadas para el evento por profesionales destacados. También se podrán ver piezas de las líneas que Fontenla exporta a EE.UU. y de las de mobiliario hotelero.

**Nuevo sellador**
La empresa de sistemas de conducción de agua IPS acaba de lanzar un nuevo sellador con fibras de cáñamo que se anuncia como de especial elasticidad para lograr uniones roscadas herméticas. El sellador Plus muestra buena resistencia a las altas temperaturas, al agrietamiento y la degradación.

**Encuesta inmobiliaria**
Una encuesta del Centro de Estudios Avanzados del Instituto de Economía de la UADE muestra que la reactivación relativa del sector inmobiliario se sostiene. Un 46,9 por ciento de las inmobiliarias encuestadas afirma que las ventas de departamentos a estrenar fueron más altas en marzo de 2004 que en el mismo mes del año pasado. Si bien el porcentaje de aumento registrado en la encuesta 2003/2002 fue mayor –54,5 por ciento–, el volumen de operaciones es mayor este año.
Un 48,4 de los encuestados espera una demanda estable, mientras que el 41,9 piensa que aumentará. Respecto de los precios, las opiniones están divididas: un 50 por ciento cree que subirán, y un 47,6 que se mantendrán.
La encuesta de la UADE muestra que la venta de casas a estrenar o usadas genera expectativas tranquilas, con mayorías de profesionales a la espera de una demanda sin crecimiento en ambos rubros.
En el interior, la demanda parece haber crecido más notablemente. Las inmobiliarias de las principales ciudades de provincia afirman, en un 56,3 por ciento de las respuestas, que hubo un crecimiento en la venta de departamentos, tanto usados como a estrenar. Los profesionales del interior esperan en su mayoría que el panorama se mantenga estable, sin crecimientos ni caídas abruptas, tanto para casas como para propiedad horizontal.





# Con los pies en la Tierra

**POR SERGIO KIERNAN**

¿Cómo trascender lo meramente étnico, la moda? Con rigor, como el que muestran las colecciones y diseños de Tierra Adentro.

Para el que ya esté mufado con lo étnico, el tratamiento recomendado es el mismo para el que tiene sobredosis de cualquier cosa de moda: buscarse alguien que realmente crea en eso, que no lo tenga como la "cancha de paddle" de este momento. No serán muchos, pero hay quien se toma como una pasión, en serio, exageradamente, esto de los materiales, los diseños, las técnicas, las procedencias. Es algo común en los libreros anticuarios, raro en el diseño y la decoración.

Uno pasa por la puerta de Tierra Adentro, en la calle Arroyo, y las pequeñas vidrieras se asoman a una textura rotunda, como si el local estuviera literalmente forrado de tejidos evidentemente hechos a mano. Ver es descubrir verdaderas rarezas, como platas mapuches que no son antiguas y sin embargo muestran la pureza esencial de ese diseño.

Ahí adentro pasa algo.

Como cada cosa fresca que hay en este mundo, esta Tierra tiene una historia detrás. Nació hace un par de años y su motor es María Emilia Lobbosco, una mujer joven que vivía una tensión entre ser gerente de una multinacional y amar devotamente la mínima expresión posible de la producción. Lobbosco, desde que abrió Tierra Adentro –originalmente con un socio que ahora maneja la filial en Barcelona–, pasó de un mundo a otro: de gerente a empresaria, buscadora, creadora, organizadora, con su puesto full time de antaño transformado en asesoría part time.

El local de Arroyo es, dice ella, "una casa de decoración autóctona". Como Lobbosco es muy precisa en sus palabras –habla de "cuatro bordes", "guarda atada" o "saquil" como si lloviera–, hay que aclarar el concepto. Tierra Adentro está pensada para salirse de los autóctono, evitar el folklorismo tanto como el folk, esquinearle al museo. Así, hay ropa que evidentemente tiene raíz artesanal, pero es "sexy, moderna, alegre". Hay tejidos históricos, con la mesura de siglos de un estilo idéntico a sí mismo y también intenciones estéticas impecablemente contemporáneas. En Tierra Adentro se exhiben, enmarcados, pequeños textiles antiguos que son los abuelos de, por ejemplo, esa colcha inolvidable y estrictamente nueva.

"No es simple, no es irse a una provincia o a Bolivia de compras y volver," explica Lobbosco. Debe saberlo, porque ella hace tiempo que va de compras, desde que siendo adolescente comenzó a coleccionar tejidos y –"en vez de trapos, tejidos"– telas africanas y asiáticas, alfombras de Medio Oriente, un conjunto que hoy pasa las 80 piezas. Su última pasión es la joyería mapuche, injustamente ignorada y un deleite de autocontrol y abstracción en las formas.

Con el ojo hecho, leída donde corresponde y amiga de antropólogos y especialistas, Lobbosco se lanzó a crear un espacio donde ejercer sus ideas. En Tierra Adentro campean tejidos bolivianos, santiagueños y catamarqueños. Hay muebles del monte –maderas, tientos– por catálogo. Hay ropas, accesorios, tejidos utilitarios, piecitas únicas. Todo está hecho a mano, todo muestra un rigor absoluto.

También hay aventuras que, francamente... Por ejemplo, una línea de cerámicas catamarqueñas producidas por un grupo de chicos que operan bajo el nombre Recuperar la Memoria y se dedican a usar la mentalidad visual, las técnicas y los tamaños más antiguos de su lugar en el mundo.

O la notable manera en que Lobbosco produce su joyería mapuche. Las piezas son realizadas por un grupo de artesanos indígenas que visitan la ciudad tres veces al año, permanecen algunas semanas, exigen una vivienda donde puedan estar juntos, se marcan sus ritmos, horarios y maneras, y diseñan como lo hicieron siempre. Apadrinados por Juan Namuncurá, presidente del Instituto Indígena Argentino, estos artesanos completan su producción, la despiden con una ceremonia particular y privada –como crías que uno entrega al mundo– y se vuelven al terruño.

Si uno creyera en la energía, la encontraría en esas platas. No extraña que Tierra Adentro tenga representantes en Suiza, Londres, Nueva York, Roma, San Pablo y hasta en la isla de Malta. O que tenga sucursal en Barcelona con el nombre de Antú, el sol mapuche. O que en breve se abra una mueblería en Palermo Viejo, para sacar las piezas del catálogo y exhibirlas. Son ventanas a texturas que no pasan de moda: "Las piezas buenas, las cosas bien hechas no pasan de moda. La trascienden", dice Lobbosco. Y tiene razón. ■

*Tierra Adentro, Arroyo 946, 4393-8552, www.tierraadentro.info*

## La guía del patrimonio cultural

La Secretaría de Cultura porteña acaba de presentar la primera de una proyectada –o soñada, o pensada– serie de guías del patrimonio cultural de la ciudad. Es un bello producto, bien presentado y práctico, que no se pisa en absoluto con las tantas guías "privadas" que nos deparó el boom turístico.
La Guía del Patrimonio Cultural no es una guía de espectáculos ni una de arquitectura patrimonial. Es un catálogo ecuménico de lugares históricos, simbólicos y notables porteños, que no necesariamente están catalogados, son monumentos, tienen protección, o se la merecen.
En las casi 300 páginas del libro hay 194 lugares o edificios, mostrados en 400 fotos, que van de la Casa Rosada a los galpones del mercado Dorrego, pasando por la fábrica Canale y la librería Fernández Blanco. El ecumenismo hace que aparezcan edificios cuestionables –como la abominación cementicia del Banco de Londres, hoy Hipotecario– y asombrosos, como las Galerías Jardín. Recordemos, no es una guía de patrimonio.




Un buen catálogo es ordenado, y ésa es una las virtudes de esta guía. Las secciones incluyen la arquitectura civil –a su vez, dividida en institucional, de educación, financiera, cultural y deportiva, comercial, galerías, sedes sociales, oficinas, hoteles, residencias–, religiosa, industrial, museos, monumentos y torres, parques y jardines, y zonas arqueológicas. También hay recorridos, como el eje de Avenida de Mayo o la zona de Alvear-Recoleta.
Cada página toma un lugar o edificio, con por lo menos una foto, un breve texto descriptivo e histórico, un mapita de ubicación y una ficha con autor, fecha, función original y actual, y grado de protección.
La próxima guía, en la que ya se trabaja, estará dedicada a un concepto que la Secretaría de Cultura defiende con energía, el del patrimonio intangible, el de usos y costumbres. Esta primera será puesta en breve, cuando el gobierno porteño complete los complejos pasos para poder cobrar una publicación y ponerla en librerías. Mientras tanto, el tomo será distribuido ampliamente a escuelas e instituciones. Es un aporte importante para uno de los andamiajes que hacen a la protección del patrimonio y la cultura de un lugar, la bibliografía.